



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOBIL  
DAIHATSU XENIA**

Diajukan oleh :

**MUHAMMAD HASAN**

2012-11-148

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2016**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN MOBIL DAIHATSU XENIA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**MUHAMMAD HASAN**

2012-11-148

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2016**

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOBIL DAIHATSU XENIA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

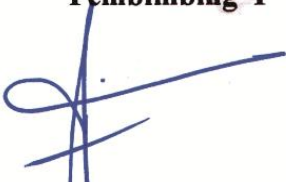
Tanggal, ..... 2016

Mengetahui  
Ketua ProgDi




**NOOR AZIS, SE, MM.**  
NIDN. 06109107501

Pembimbing I




**Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE. MM.**  
NIDN. 0610057804

Mengetahui  
Dekan,



**Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM.**  
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



**AGUNG SUBONO, SE, M.Si.**  
NIDN. 0520017602

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Motto :**

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Allahlah kamu berharap”*

*(QS. Alam Nashirah : 6-8)*

*“Barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup dunia, maka wajiblah baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup akhirat, maka wajib pulalah baginya memiliki ilmu”.*

*(Al-Hadist)*

**Kupersembahkan kepada :**

1. Kedua orang tuaku tersayang.
2. Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Sahabat-sahabatku semuanya.
4. Untuk Almamaterku



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin dan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Agung Subono, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



## ABSTRAKSI

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOBIL DAIHATSU XENIA

MUHAMMAD HASAN

2012-11-148

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM.  
2. Agung Subono, SE, M.Si.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di Kudus. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu *word of mouth*, citra merek dan kesadaran merek sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap konsumen mobil Daihatsu Xenia dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi *word of mouth*, citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *word of mouth*, citra merek dan kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk meningkatkan keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia, perusahaan diharapkan mempertahankan kualitas mobil Daihatsu merek Xenia sehingga konsumen merasa puas kemudian mereka dapat mempromosikannya kepada kerabat dan teman dekat mereka.

**Kata kunci:** *word of mouth*, citra merek, kesadaran merek dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

### **FACTORS AFFECTING CONSUMER PURCHASE DECISION MOBIL DAIHATSU XENIA**

**MUHAMMAD HASAN**

2012-11-148

**SUPERVISOR : 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM.  
2. Agung Subono, SE, M.Si.**

**MURIA KUDUS UNIVERSITY**

**ECONOMICS FACULTY OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM**

*This study aims to determine the effect of factors that influence purchasing decisions Daihatsu Xenia in Kudus. Where submitted three independent variables and dependent variable are word of mouth, brand image and brand awareness as an independent variable and purchasing decision as an dependent variable.*

*This research using survey method to consumer of Mobil Daihatsu Xenia and analyzed with regression. The first phase of testing the validity and reability questions each variable. The second phase of regression word of mouth, brand image and brand awareness on the purchasing decision.*

*The result showed the variable of word of mouth, brand image and brand awareness significant positive effect on purchasing decision. To enhance purchasing decision of Mobil Daihatsu Xenia, the company is expected to maintain the quality of the brand Mobil Daihatsu Xenia so that consumers are satisfied then they can promote to their relatives and friends.*

**Keywords:** *word of mouth, brand image brand awareness and purchasing decision*



## D A F T A R   I S I

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Kegunaan Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Pemasaran.....	10
2.2. <i>Word of Mouth</i> (Komunikasi dari Mulut ke Mulut).....	12
2.3. Pengertian Merek .....	17
2.4. Kesadaran Merek.....	22
2.5. Keputusan Pembelian .....	26

2.6. Penelitian Terdahulu.....	31
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
2.8. Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	34
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	36
3.4. Populasi dan Sampel.....	37
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	39
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7. Metode Pengujian Instrumen.....	40
3.8. Metode Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1. Uji Instrumen.....	46
4.2. Penyajian Data .....	49
4.3. Analisis Data .....	56
4.4. Pembahasan.....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>68</b>
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran-saran .....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1.	Data Penjualan Mobil Daihatsu di Kudus 2015 .....	4
Tabel 2.1.	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2.	Skala Likert Pertanyaan Tertutup .....	40
Tabel 4.1.	Hasil Pengujian Validitas .....	47
Tabel 4.2.	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	48
Tabel 4.3.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.4.	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.5.	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan ....	51
Tabel 4.6.	Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	52
Tabel 4.7.	Frekuensi Variabel Citra Merek .....	53
Tabel 4.8.	Frekuensi Variabel Kesadaran Merek .....	54
Tabel 4.9.	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4.10.	Hasil Analisis Regresi .....	56

Tabel 4.11 Hasil Analisis Parsial (dengan Signifikansi  $\alpha=5\%$  uji satu sisi)

58

Tabel 4.13. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi  $\alpha=5\%$ ) ..... 62

Tabel 4.13. Nilai *Adjusted R Square* ..... 64





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	32

